РЕШЕНИЕ
№ 12/10.11.2026 г.

Комисията по журналистическа етика на свое редовно заседание на 10.11.2026 г. в състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ: Нели Огнянова

ЧЛЕНОВЕ: Александър Кашъмов
Бойко Василев
Весислава Антонова
Гена Трайкова
Даниела Тренчева
Диляна Илиева
Илия Вълков
Ирина Недева

изслуша доклад по жалба с вх. № 13-015/2026 г. на Фондация „Център за хуманни политики“ срещу Национална превантивна кампания „Не ставай зомби. Избери живота!“ на БНТ.

В жалбата се твърди, че са осъществени нарушения на Етичния кодекс на българските медии от страна на обществената телевизия.

I. ПРОЦЕДУРА

1. Жалбата с вх. № 13-015 се отнася до твърдени нарушения на Етичния кодекс на българските медии.
2. Жалбата е подадена в допустимия от правилника срок.
3. КЖЕ обсъди допустимостта на жалбата, жалбата е допустима.
4. Не е представено становище от БНТ.

II. ЖАЛБА

Жалбоподателят Фондация „Център за хуманни политики“ *„приветства усилията на БНТ да постави във фокуса на общественото внимание употребата на наркотични вещества и свързаните с нея рискове“*. И уточнява, че *„общество има необходимост от последователна, дългосрочна и научно обоснована политика за превенция“*. Като отчитат значимостта на темата *„жалбоподателите посочват, че публичните послания на кампанията трябва да отговарят на високи професионални и етични стандарти.“*

Според жалбоподателя *„определянето или асоциирането на хората, употребяващи психоактивни вещества, със „зомбита“ представлява демонизиращо и стигматизиращо послание, което свежда човека до неговото поведение, проблем или заболяване и създава символна*

граница между „нормалните“ хора и онези, които употребяват вещества (младият човек, който вече употребява вещества ще чуе не посланието „Има помощ“, а посланието „Ти вече не си един от нас“).

От фондацията напомнят, че *човекът, който употребява наркотични вещества, се нуждае от приемане, разбиране, социална подкрепа, за да има реална възможност за възстановяване.* В отвореното си писмо до Съвета за електронни медии, Омбудсмана на Република България, Българската национална телевизия и Националния съвет по журналистическа етика жалбоподателите припомнят, че „*зависимостта е хронично рецидивиращо заболяване и често употребата на психоактивни вещества е свързана със семейни проблеми, социални и психиатрични проблеми, с липса на подкрепяща социална среда, на специализирани услуги за подкрепа, включително намаляване на вредите, ранна интервенция и превенция на рецидив*“.

От Фондация „Център за хумани политики“ подчертават, *че превенцията не трябва да създава стигма, а да подпомага младите хора да развиват знания, социални и емоционални компетентности, критично мислене*. Според подписалите отвореното писмо: *стигмата не лекува зависимостта. Унижението не изгражда мотивация за промяна. А страхът сам по себе си не създава устойчиви умения за справяне.*

Организациите, подкрепили жалбата, посочват, че една национална превантивна кампания би следвало да постави във фокуса си:

- *способността на младия човек да прави информиран избор;*
- *принадлежността, отношенията и подкрепата;*
- *психичното здраве и уменията за справяне;*
- *самоуважението и личната автономия;*
- *възможността да потърсиш помощ, без да бъдеш осъждан;*
- *фактът, че зависимостта е проблем, за който съществуват лечение и подкрепа;*
- *възстановяването като реална възможност;*
- *обществото като партньор, а не като съдник.*

Жалбата завършва с примери на послания, които биха насърчили превенцията, без да унижават засегнатите от проблема, и с призив Българската национална телевизия и всички ангажирани с кампанията:

- *да преосмислят употребата на слогана „Не ставай зомби“;*
- *да направят професионална и етична оценка на използваните послания и визуални материали;*
- *да включат специалисти в областта на зависимостите, превенцията, социалната работа, и психичното здраве при бъдещи кампании;*
- *да включат хора с преживян опит и представители на организации, работещи пряко с хора, употребяващи наркотични вещества;*
- *да заменят стигматизиращите и дехуманизиращи послания с позитивни, подкрепящи и научно обосновани послания.*

Отвореното писмо на Фондация „Център за хумани политики“ е подкрепено от 5 организации и 839 експерти и граждани.

В жалбата се иска установяване на нарушение на Етичния кодекс на българските медии.

III. РАЗПОРЕДБИ ОТ ЕТИЧНИЯ КОДЕКС НА БЪЛГАРСКИТЕ МЕДИИ, ЧИЕТО НАРУШАВАНЕ СЕ ТВЪРДИ

2.2 Тормоз

2.3.3 Няма да засилваме мъката на хората, попаднали в беда или пострадали от престъпление, и ще съобщаваме такива информации със съчувствие и сдържаност.

2.5 Дискриминация
2.5.1 Като уважаваме правото на всеки да живее в сигурност и безопасност, няма да публикуваме материали, подбуждащи или насърчаващи омраза, насилие и всякаква форма на дискриминация.
2.5.2 Няма да посочваме расовата, религиозната, етническата принадлежност, сексуалната ориентация, умственото или физическото състояние, ако тези факти нямат съществено значение за смисъла на информацията.

IV. СТАНОВИЩЕ НА ОТВЕТНАТА СТРАНА

В Комисията по журналистическа етика не е получено становище от Българската национална телевизия в отговор на жалбата на Фондация „Център за хуманни политики".

V. ФАКТИ
БНТ стартира национална превантивна кампания срещу употребата на фентанил с посланието „Не ставай зомби! Избери живота!". Кампанията е насочена към младите хора и техните родители и включва както лични истории на хора преодолели зависимост, така и мнения на лекари и експерти.
След отвореното писмо на Фондация „Център за хуманни политики" БНТ премахва от сайта си видеоматериала, с който кампанията е представена в емисията „По света и у нас" и променя първоначалния слоган „Не ставай зомби! Избери живота!" на „Избери живота!". В публикуваната на сайта на телевизията статия първоначалното послание също е преработено. Към момента на проверката видеоматериалът не е достъпен на интернет страницата на БНТ.
От публично оповестена позиция на Съвета за електронни медии става ясно, че въпросът за използваното в кампанията послание е бил поставен пред генералния директор на БНТ М.М. по време на представянето на нейния шестмесечен отчет пред регулатора. М. е посочила, че след получаването на отвореното писмо БНТ е преосмислила посланието на кампанията и е променила слогана на „Избери живота!".
В публикация на Клуб Z от 16 септември 2026 г. със заглавие „Фентаниловите зомбита в БНТ – български или руски?" се обръща внимание на сходството между посланията на кампанията и използвани в Русия подходи за превенция на употребата на наркотични вещества. Публикацията поставя въпроса за ефективността на подобен комуникационен подход, основан на страха и негативните образи.

VI. МОТИВИ
Комисията по журналистическа етика отчита обществената значимост на проблема с разпространението и употребата на фентанил, както и необходимостта от активна информационна кампания и превантивна дейност, особено сред младите хора. Като обществена медия, БНТ има важна роля в информирането на гражданите за рисковете, свързани с употребата на наркотични вещества, и в повишаването на осведомеността на обществото по този въпрос.
Комисията приема, че използването на определението „зомби" в контекста на употребата на наркотични вещества носи стигматизиращ потенциал. Избраната метафора създава предпоставки за обезличаване на хората, които употребяват наркотични вещества и свеждането им до външните проявления на тяхното състояние.
Подобен подход би могъл да затвърди негативните обществени стереотипи и да задълбочи социалната дистанция спрямо хората със зависимости, които и без това принадлежат към

силно уязвима и маргинализирана група. Комисията приема, че една превантивна кампания следва да предупреждава за рисковете от употребата на наркотици, без да създава допълнителни предпоставки за стигматизация на засегнатите.

Комисията обсъди дали наличието на стигматизиращ потенциал е достатъчно основание за установяване на нарушение на конкретни разпоредби от Етичния кодекс.

Разпоредбата *2.2. Тормоз – 2.2.1. Няма да използваме заплахи, принуда и тормоз за събиране на информация* е неотносима към фактите по случая, доколкото тормоз е злонамерено, повтарящо се агресивно поведение, чиято цел е да причини физическа или психическа болка, страдание или унижение. В случая такава целена агресия не е налице. КЖЕ не установява съзнателно желание да се вреди – каквото се предполага при осъществяване на тормоз.

Разпоредбата *2.3.3 Няма да засилваме мъката на хората, попаднали в беда* поставя въпрос дали е излъчвано журналистическо съдържание, отразяващо хора, попаднали в беда. КЖЕ не установява такова журналистическо съдържание, но според Комисията използваната метафора може да бъде възприета като *нечувствителна* по отношение на зависимите, поради което оценяваме позитивно решението на БНТ употребата ѝ да бъде преустановена.

Разпоредбата 2.5.1 не допуска публикуването на материали, *подбуждащи или насърчаващи омраза, насилие и всякакви форми на дискриминация.* Комисията прави разграничение между стигматизиращо послание и послание, което насърчава към омраза и насилие. *Зомби - метафората* внушава негативна представа за хората, употребяващи наркотични вещества и има потенциал да допринесе за враждебно отношение, но в контекста на кампанията не се установява *подбуждане, насърчаване или призив* за враждебно отношение към зависимите.

Разпоредбата 2.5.2 е една от хипотезите на нарушението дискриминация, състояща се в посочването на лични характеристики, най-често етнически произход, националност и др.под., включително умственото или физическото състояние, когато те не носят съществено значение за смисъла на информацията. При разгледаните данни Комисията не намери връзка между кампанията и т. 2.5.2.

Като взе предвид и факта, че БНТ е преоценила кампанията в светлината на обществената реакция и включването на *„Не ставай зомби!“* и сходни стигматизиращи квалификации в кампанията и изобщо в публицистиката, свързана със зависимости,

КЖЕ прие следното

РЕШЕНИЕ:

намира жалба с вх. № 13-015/ 2026 г. за неоснователна.

Заедно с това Комисията по журналистическа етика счита, че жалбата поставя основателни въпроси за отговорността на медиите при избора на език и визуални изразни средства в кампании, насочени към значими за обществото здравни и социални проблеми.

Стремежът да бъде формулирано силно въздействащо послание не бива да накърнява човешкото достойнство и да води до дехуманизиране на засегнатите от проблема. Важно е обществените медии да избягват метафори, които имат потенциал да засилят негативните стереотипи спрямо уязвими групи от обществото. Комисията подчертава, че използването на зомби - метафората е проблематично от етична гледна точка, заради стигматизиращия ѝ ефект и предпоставките, които създава за затвърждаване на негативните стереотипи и обществени предразсъдъци спрямо зависимите.

Спазването на професионалните и етични стандарти не се изчерпва с недопускане на нарушения на разпоредби от Етичния кодекс, а предполага и чувствителност и отговорност към общественото въздействие на публични послания, особено когато те засягат уязвими групи.

Комисията препоръчва при разработването на бъдещи превантивни кампании да се съчетава необходимостта от силно обществено въздействие с уважение към човешкото достойнство, като медиите се консултират със специалистите в областта на зависимостите, психичното здраве и социалната работа и взаимодействат с неправителствения сектор, ангажиран със съответните цели.

Съгласно Правилника за дейността на Комисията за журналистическа етика решението да се изпрати на заинтересованите страни в 7-дневен срок от приемането му.

Председател на КЖЕ:
Нели Огнянова

Изпълнителен директор на
Фондация НСЖЕ:
Ева Петрова